Commerce international Canada
International Trade Canada
Canada

CanadExport

Visez le centre!

Conseils d'EDC sur le marché du Sud-Est asiatique

M. Rob Simmons, qui occupe depuis trois mois le poste de représentant permanent d'Exportation et développement Canada (EDC) en Asie du Sud-Est, décrit la région et les occasions d'affaires qu'elle offre aux Canadiens.

« Les économies de l'Asie du Sud-Est, qui sont flanquées des deux géants régionaux que sont la Chine et l'Inde, sont souvent négligées par les exportateurs et les investisseurs canadiens en faveur de leurs voisins plus prestigieux, observe M. Simmons. » On s'est même demandé dernièrement si les économies de l'Asie du Sud-Est n'allaient pas graduellement perdre leur avantage concurrentiel au profit de la Chine.

Cependant, M. Simmons estime que l'influence considérable de la Chine (et de l'Inde, selon certains) doit plutôt être considérée comme une occasion d'affaires, surtout par les entreprises canadiennes qui cherchent le meilleur moyen d'établir une présence sur le grand marché asiatique.

voir page 3 — **Sud-Est asiatique**

Les tours Petronas de Kuala Lumpur se dressent fièrement au cœur de l'Asie du Sud-Est.

Vol. 22, nº 17
15 octobre 2004

Rebuild Iraq 2005 : un monde de possibilités

Amman, Jordanie — du 4 au 7 avril 2005 — **Rebuild Iraq 2005** est la seconde édition de l'exposition internationale axée sur la reconstruction de l'Iraq. La première édition tenue au Koweït a reçu le plus important appui international jamais consenti à une foire commerciale au Moyen-Orient. L'exposition a accueilli plus de 1400 entreprises de 48 pays.

En Iraq, la demande de fournitures et de matériel d'infrastructures, de services et de technologies destinés aux secteurs économiques et industriels clés est estimée à plus de 195 milliards de dollars au cours des dix prochaines années. Les secteurs représentés à cette exposition sont ceux du bâtiment et de la construction, du pétrole et du gaz, de l'électricité, du chauffage, de la ventilation et de la climatisation, des télécommunications, de l'agriculture et des aliments, de la santé et de l'environnement, de l'accueil, de l'emballage et de l'imprimerie, de l'éducation, des machines industrielles, de la sécurité et des technologies de l'information.

Cette année, l'exposition mettra à la disposition des fournisseurs de divers pays un endroit sûr où

voir page 6 — **Rebuild Iraq 2005**

2007-01871/

Mission de géomatique aux États-Unis

Stennis, Mississippi — les 24 et 25 février 2005 — Le consulat général du Canada à Atlanta, en collaboration avec Industrie Canada, organise actuellement une mission à la base de la NASA à Stennis. Cette mission aura pour objet la géomatique, les systèmes d'information géographique, les sciences géospatiales, les technologies océanologiques, ainsi que le partenariat dans le domaine de la science et de la technologie.

La base de la NASA à Stennis est le plus grand centre de géomatique des États-Unis, sinon dans le monde. Cette base est le lieu où s'exécutent les fonctions de géomatique de la NASA, du Naval Oceanographic Office des États-Unis et de la National Oceanic and Atmospheric Administration.

Le partenaire de la mission est la Mississippi Enterprise for Technology (MSEFT), groupement de 45 entreprises et instituts de recherche du domaine de la géomatique. La mission aura pour objet de faire la promotion des alliances stratégiques, des coentreprises, de la concession de licences dans le domaine de la technologie et des échanges de résultats de travaux de recherche entre le Canada et les entités membres de la MSEFT et d'autres organismes ayant leur siège à Stennis.

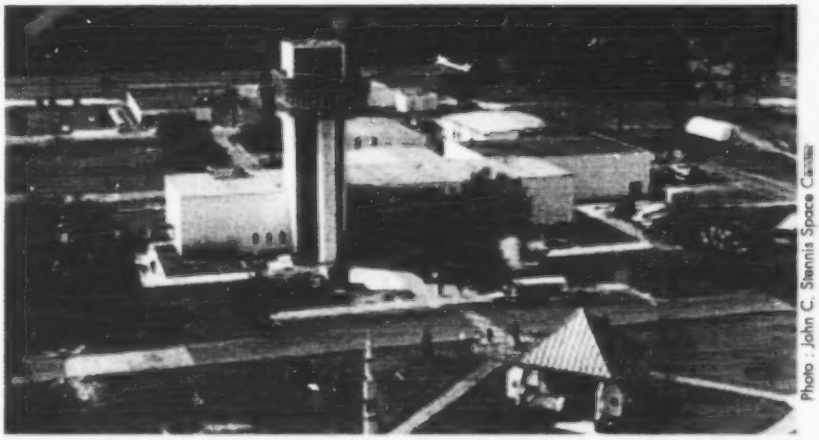


Photo : John C. Stennis Space Center

La Stennisphere du John C. Stennis Space Center regroupe les fonctions de géomatique de la NASA.

Les participants canadiens pourront présenter de brefs exposés et avoir au moins trois rencontres avec des représentants d'entreprises américaines susceptibles de devenir des partenaires. Il n'y a pas de droits de participation à payer. Cependant, les entreprises assumeront elles-mêmes les dépenses ayant trait aux déplacements, au logement et aux repas. Le transport local lié à la mission sera offert.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec Steve Adger Flamm, agent principal de promotion commerciale, consulat général du Canada à Atlanta, tél. : (404) 532-2018, téléc. : (404) 532-2050, courriel : steve.flamm@international.gc.ca, site Web : www.atlanta.gc.ca.

CanadExport

Rédaction : Yen Le
Michael Mancini
Jean-Philippe Dumas

Abonnement
Téléphone : (613) 992-7114
Télécopieur : (613) 992-5791
Courriel : canad.export@international.gc.ca
Site Web : www.canadexport.gc.ca

CanadExport est un bulletin bimensuel publié par la Direction des services de communication de Commerce international Canada.
Tirage : 55 000 exemplaires

Also available in English.

ISSN 0823-3349

On peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de *CanadExport*.

Pour un changement d'adresse ou une annulation, renvoyer l'étiquette avec les changements. Prévoir un délai de quatre à six semaines.

Convention de la poste-publication nº 40064047

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS), CICon
125, promenade Sussex, Ottawa (Ont.) K1A 0G2
Courriel : canad.export@international.gc.ca

Approvisionnement public

Vancouver — du 15 au 17 novembre 2004 — Pour la première fois, des cadres responsables de l'approvisionnement et des fournisseurs provenant du Canada, des États-Unis, du Mexique et d'autres pays d'Amérique latine seront réunis à la **Conférence des Amériques sur l'approvisionnement public fédéral**. La Corporation commerciale canadienne et la General Services Administration des États-Unis organisent cette activité.

Des conférenciers de chaque gouvernement présent ainsi que des maîtres d'œuvre parleront de la gestion et du fonctionnement de l'approvisionnement dans leur pays. Ils présenteront également de l'information sur les futurs programmes et besoins en la matière, notamment ceux de la Colombie-Britannique en prévision des Jeux Olympiques d'hiver de 2010.

Voici les principaux sujets qui seront abordés : l'approvisionnement dans le domaine de la défense et de la sécurité, le traitement des affaires avec les gouvernements civils et les aspects juridiques des marchés publics.

À l'occasion de la conférence, les participants pourront organiser des rencontres particulières avec les représentants des organismes gouvernementaux et les maîtres d'œuvre qui seront sur place. **Pour de plus amples renseignements** ou pour l'inscription, consultez le site www.fgpca2004.com.

Sud-Est asiatique

— suite de la page 1

« Le fait est que les marchés de l'Asie du Sud-Est, plus précisément les marchés des pays membres de l'Association des Nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE), soit la Malaisie, la Thaïlande, les Philippines, l'Indonésie et Singapour, comptent parmi les plus ouverts du monde. Et si la Chine attire plus d'investissement étranger direct (IED) en chiffres absolus, le Sud-Est asiatique continue de recevoir sa part. Lorsque l'on tient compte du produit intérieur brut (PIB), la Malaisie, le Vietnam et Singapour reçoivent tous une part de l'IED mondial comparable ou supérieure à celle de la Chine, ajoute M. Simmons. »

De récentes enquêtes, dans le cadre desquelles on a demandé à des entrepreneurs japonais de nommer les dix destinations de l'IED les plus prometteuses quant à la fabrication, révèlent que cinq d'entre elles se trouvent en Asie du Sud-Est. « Et ce, à juste titre, renchérit M. Simmons, car la force économique actuelle de l'Asie du Sud-Est repose sur la structure des échanges en Asie, où la Chine fait gonfler la demande de matières premières et d'intrants asiatiques de toutes sortes. Ainsi, l'Asie du Sud-Est devient un maillon de la chaîne d'approvisionnement mondiale. »

Tout cela crée des occasions d'affaires pour les exportateurs et les investisseurs canadiens, particulièrement dans les secteurs où le Canada excelle, comme les technologies d'information et de communication, les services environnementaux, la biotechnologie et l'aérospatiale. « C'est avec un certain sentiment d'urgence, explique M. Simmons, que l'Indonésie, le Vietnam, la Thaïlande et les Philippines tentent d'accélérer la réalisation de projets de développement d'infrastructures retardés depuis longtemps, notamment de ports, d'aéroports, de réseaux ferroviaires, d'installations de production d'électricité, d'infrastructures hydrauliques et d'infrastructures de télécommunications. »

« En outre, poursuit M. Simmons, les fabricants de la région du Sud-Est asiatique commencent à moderniser et à agrandir leurs installations, créant ainsi une demande de machines, de matériel et de services. De grands groupes d'entreprises

élargissent leurs assises régionales par l'intermédiaire de fusionnements et d'acquisitions, ce qui crée des économies d'échelle et des circuits de distribution propices à l'activité économique. »

Il est certain que les marchés de la région du Sud-Est asiatique présentent de nombreuses différences, et les stratégies commerciales doivent en tenir compte. Un modèle d'expansion commerciale couronné de succès en Malaisie ne pourra pas être utilisé en Thaïlande ou aux Philippines, par exemple. « Il va sans dire que Singapour et l'Indonésie offrent des occasions d'affaires tout à fait différentes, ajoute M. Simmons. Enfin, il reste du travail à faire au sein des pays de l'ANASE afin de mieux intégrer les économies de l'Asie du Sud-Est, de façon à tirer plein avantage de ce qui constitue, dans l'ensemble, un marché appréciable et dynamique caractérisé par des ressources de matières premières considérables et par une forte demande des consommateurs. »

Les entreprises qui planifieront avec soin leur stratégie et qui adopteront une approche ciblée pourront remporter du succès sur les marchés de l'Asie du Sud-Est. Le succès remporté sur ces marchés permettra aux entreprises de saisir d'autres occasions d'affaires, peut-être plus importantes, partout dans la région.

EDC à la rescousse

Quiconque fait affaire sur un marché en éclosion s'expose à des risques, et l'Asie du Sud-Est n'échappe pas à la règle. Pour les exportateurs et les investisseurs canadiens, ces risques sont amplifiés par la distance. C'est ici qu'EDC entre en jeu, avec ses services de financement et de gestion des risques et sa présence sur le terrain.

EDC offre, entre autres, des services de crédit à l'exportation, d'assurance contre les risques politiques, de garantie de bonne exécution et de prêts aux acheteurs étrangers de produits et services canadiens. De sa base d'opération à Kuala Lumpur, EDC peut aussi collaborer étroitement avec les bureaux commerciaux établis dans les missions canadiennes, les banques des pays de l'ANASE, les maîtres d'œuvre de projets et d'autres acheteurs et emprunteurs de la région dans le but de faciliter leurs transactions avec des entreprises canadiennes.

« Vu du Canada, le marché asiatique peut sembler bien grand et bien complexe. Il est difficile, peut-être impossible, d'y remporter le succès escompté sans une approche ciblée et beaucoup de persévérance, prévient M. Simmons. »

« Au golf, il est important, au moment de frapper son coup de départ, de viser le centre et de prévoir son prochain coup. Il en va de même lorsque l'on veut tirer profit d'occasions d'affaires en Asie. En visant le centre, soit l'Asie du Sud-Est, on se retrouve en position idéale pour observer plus clairement les occasions d'affaires offertes ailleurs dans la région, conclut M. Simmons. »

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec Rob Simmons, directeur régional, EDC Kuala Lumpur, tél. : (011-603) 2718-3366, téléc. : (011-603) 2718-3313, courriel : rsimmons@edc.ca, site Web : www.edc.ca. ❀

Le label CE, gage de conformité de l'UE

Les entreprises canadiennes qui souhaitent exporter leurs produits dans les pays de l'Union européenne (UE) doivent connaître le label CE, dont l'apposition est un préalable nécessaire à la vente de certains produits sur le marché de l'UE.

Le label CE est un logo de certification générale qui n'appartient pas à un organisme de certification particulier. Ce label atteste qu'un produit est conforme aux exigences de l'UE en matière de santé, de sécurité et d'environnement. La nouvelle approche adoptée par l'UE à cet égard a pour but de faciliter la création d'un marché unique grâce à l'élaboration de directives fixant des exigences communes.

En règle générale, toutes les directives élaborées d'après les dispositions de cette nouvelle approche exigent l'apposition du label CE sur les produits. Il convient toutefois de noter que, bien que l'apposition du label CE soit un préalable à l'entrée de certains produits sur le marché des pays membres de l'UE, lesdits produits peuvent être assujettis à d'autres exigences fixées par chacun des États membres.

On estime que la moitié des produits importés par l'UE doivent porter le label CE. Les directives portent notamment sur les instruments médicaux, le matériel de télécommunications, les matériaux de construction et les ascenseurs. On peut prendre connaissance des directives, des renseignements relatifs à ces directives et des normes de référence à l'adresse suivante : www.newapproach.org/Directives/DirectiveList.asp. On peut se procurer les directives en communiquant avec les organismes européens dont le nom paraît dans le site susmentionné. Le Conseil canadien des normes recommande à ceux qui préfèrent se procurer les normes auprès d'une source canadienne de faire affaire avec Information Handling Services Canada (1 800 267-8220 ou www.ihscanada.ca).

Après avoir relevé les directives qui s'appliquent à leurs produits, les exportateurs doivent vérifier que ceux-ci sont conformes aux normes européennes s'y rapportant ou voir s'il est possible de suivre des normes équivalentes. Le Conseil des normes du Canada (tél. : (613) 569-7808, téléc. : (613) 995-4564, courriel : info@scc.ca) peut aider les exportateurs à repérer les normes équivalentes.

Beaucoup de produits, par contre, ne requièrent qu'une déclaration de conformité. Les exportateurs doivent tout d'abord déterminer, en consultant les directives pertinentes, si leurs produits font partie de la catégorie de produits pour lesquels une autodéclaration de la conformité suffit. Plus les produits comportent des risques pour la santé et la sécurité, plus il est probable qu'ils doivent, dans le cadre du processus d'attestation, être testés et certifiés par un organisme agréé reconnu par l'UE.

L'évaluation de la conformité des produits par une tierce partie peut aussi être nécessaire dans le cas des produits qui ne sont pas visés par les directives. La Délégation de la Commission européenne (tél. : (613) 238-6464, téléc. : (613) 238-5191, courriel : mailto@delcan.cec.eu.int) peut fournir aux exportateurs des renseignements sur les organismes canadiens d'évaluation de la conformité qui offrent ce type de services.

Une fois que les produits sont conformes aux exigences européennes, le label CE peut y être apposé. C'est à cette étape que la Délégation de la Commission européenne au Canada peut venir en aide aux entreprises. Il est important de conserver tous les documents techniques relatifs à l'attestation ou à la déclaration de conformité afin d'éviter de nombreux ennuis, par exemple des accusations de non-conformité ou des allégations d'usage de faux documents.

Pour de plus amples renseignements, consultez les sites Web suivants : www.europa.eu.int/comm/enterprise/regulation/index.htm (réglementation relative aux produits en UE) et www.europa.eu.int/comm/enterprise/newapproach/legislation/guide/legislation.htm (renseignements sur la réglementation relative au label CE, notamment le chapitre 7 du guide figurant à cette adresse).

L'Espagne et le Canada se courtisent

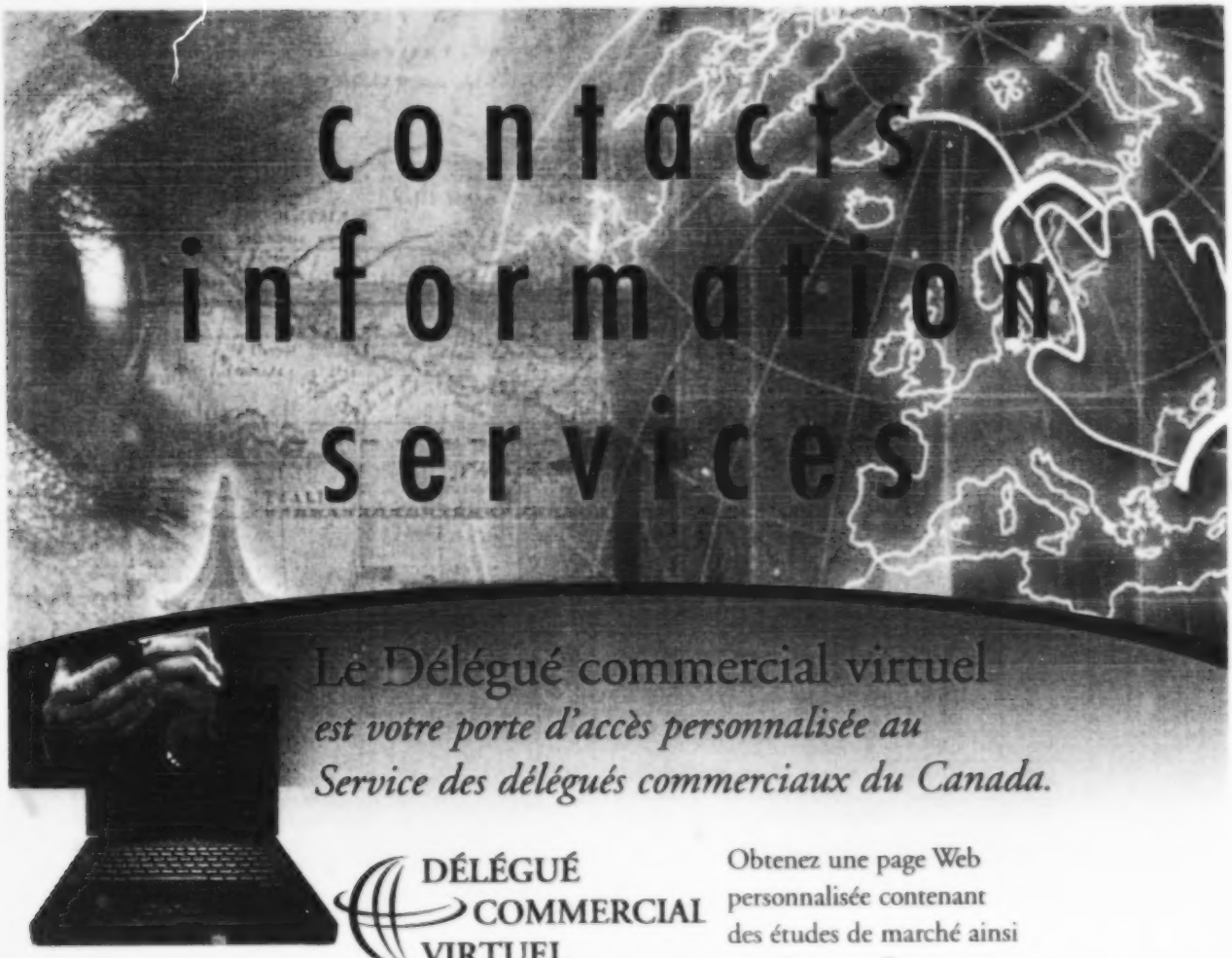
MONTRÉAL — les 17 et 18 novembre 2004 — L'Institut Espagnol de Commerce Extérieur, par l'intermédiaire de l'ambassade d'Espagne à Ottawa, organise un séminaire sur les affaires afin de favoriser le réseautage entre gens d'affaires. Ce séminaire se tiendra dans le cadre du congrès des Manufacturiers et Exportateurs du Canada.

Le séminaire comportera deux ateliers : l'un sur la coopération entre les entreprises espagnoles et canadiennes dans les marchés de pays tiers (Amérique latine, Afrique du Nord, Europe de l'Est, etc.) et l'autre sur l'investissement au Québec.

Parallèlement à ce séminaire, des réunions bilatérales auront lieu entre des entreprises canadiennes et espagnoles. Il s'agit d'une excellente occasion de faire de la promotion, d'établir des relations commerciales ou de s'ouvrir des débouchés. L'ambassade d'Espagne prêtera assistance à toutes les entreprises canadiennes souhaitant établir des relations avec leurs homologues espagnoles.

Ce séminaire est le fruit d'une collaboration entre Commerce international Canada, Exportation et développement Canada, la Corporation Commerciale Canadienne, Investissement Québec et Montréal International, notamment.

Pour de plus amples renseignements, visitez le site web du séminaire Espagne-Canada (www.embaspain.ca/montreal2004/index.htm) ou joignez le Bureau commercial et économique espagnol à Ottawa (ottawa@mcx.es).



Le Délégué commercial virtuel

est votre porte d'accès personnalisée au Service des délégués commerciaux du Canada.

DÉLÉGUÉ COMMERCIAL VIRTUEL

INFORMATION ET SERVICES
PERSONNALISÉS

Obtenez une page Web personnalisée contenant des études de marché ainsi que des nouvelles et annonces commerciales à propos de vos marchés d'intérêt à l'étranger. Utilisez le Délégué commercial virtuel pour solliciter nos services en ligne et mettre de l'information sur votre entreprise à la disposition des 900 délégués commerciaux au Canada et en poste dans plus de 150 villes aux quatre coins du monde. Tout cela, GRATUITEMENT!

Pour **obtenir** votre Délégué commercial virtuel personnalisé, **inscrivez-vous** comme client du Service des délégués commerciaux à www.infoexport.gc.ca

Bateaux canadiens en vogue au Japon

Qui aurait pensé que le seul fabricant canadien de bateaux-tracteurs rapides s'installerait à Calgary, ville qui n'a pas d'accès à la mer? En peu de temps, la société **SVFARA Marine Inc.** s'est imposée sur des marchés spécialisés au Canada, aux États-Unis et, tout récemment, au Japon.

Depuis avril 2004, la SVFARA a enrichi son réseau de quatre nouvelles concessions. Dans un sport dominé par les fabricants américains, la SVFARA est devenue un concurrent de taille en ce qui concerne les bateaux-tracteurs rapides au Japon, avec un bateau de compétition qui depuis deux ans occupe la deuxième place sur le marché pour le volume des ventes.

En 2003, un tiers de la production de la SVFARA a été écoulée sur le marché japonais. M. Mitsuko Kawashita, agent de la SVFARA à Tokyo, décrit l'image de la société au Japon en ces termes : « Élégance d'allure sportive alliant le goût japonais de la simplicité et de la fiabilité au raffinement à l'européenne. »

La société SVFARA explique une partie de son succès au Japon par le recours au Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) de Commerce international Canada. Avec le financement offert par le PDME, la société SVFARA a pu présenter, à l'occasion de l'exposition Surf Expo 2001, le modèle SV696, qui a retenu l'attention de M. Mitsuko Kawashita. Selon M. Scott Roddick, président de la SVFARA, « le PDME a permis à notre société de participer à des foires commerciales et de se faire connaître comme concurrent sur le marché international des bateaux-tracteurs de haute performance. »

Grâce à l'aide du PDME, la SVFARA a pu non seulement participer à des foires commerciales, mais aussi faire paraître de la publicité dans de grandes revues spécialisées et élaborer son nouveau site Web international. M. Erin Wilkinson, coordonnateur du PDME en poste à Edmonton, et ses collègues à l'étranger continuent à collaborer avec la SVFARA à l'ouverture de nouveaux marchés.

Le bateau-tracteur SV696 de la SVFARA.

Souvent surnommés les Ferrari des bateaux-tracteurs de compétition, les bateaux de la SVFARA sont conformes aux normes de la garde côtière au Canada et aux États-Unis et sont certifiés conformes aux normes européennes (label CE), dont la norme de l'ISO. Le numéro de janvier 2004 du magazine *WaterSki* disait du modèle SV696 qu'il était proche de la perfection. Aussi n'est-il pas surprenant de constater que l'entreprise de Calgary jouit d'une excellente notoriété internationale.

Renseignements : www.svfara.com

Salon thaïlandais de la biotechnologie : réservez tôt

Bangkok, Thaïlande — du 2 au 5 novembre 2005 — Le salon-conférence international sur la biotechnologie **BioThailand 2005** offre aux entreprises des occasions de partenariat et de jumelage. Il s'agit d'une manifestation commerciale organisée par des organismes thaïlandais, notamment le Centre national de génie génétique et de biotechnologie, l'Agence nationale de développement des sciences et de la technologie et le ministère de la Science et de la Technologie.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec le secrétariat de BioThailand, tél. : (011-662) 564-6700, téléc. : (011-662) 564-6701, courriel : biothailand2005@biotec.or.th, site Web : www.biothailand2005.biotec.or.th, ou avec Surin Thanalertkul, délégué commercial, ambassade du Canada à Bangkok, courriel : bngkk-td@international.gc.ca.

Rebuild Irak 2005

— suite de la page 1

présenter leurs produits et technologies à des entrepreneurs iraquiens, à des entrepreneurs et soustraitants régionaux et internationaux, à des commerçants et des importateurs ainsi qu'aux responsables iraquiens du Fonds de développement de l'Iraq.

Pour que les délégations internationales participantes puissent être bien renseignées sur la sécurité et le milieu des affaires en Iraq, les organisateurs tiendront aussi une conférence d'une durée de deux jours. On y abordera toutes les grandes questions en matière de sécurité, de finances, de contrats, d'affaires, de santé, de développement d'infrastructures et de commerce.

Pour obtenir de plus amples renseignements ou pour vous inscrire, communiquez avec Bechara Nacouzi, Foires commerciales internationales, tél. : (514) 685-3530, téléc. : (514) 685-6873, courriel : bnacouzi@videotron.ca. Pour obtenir des précisions au sujet des services offerts par Affaires étrangères Canada et Commerce international Canada aux entreprises canadiennes prêtes à exporter sur le marché iraquien, communiquez avec Albert Galpin, Direction du Moyen-Orient, Affaires étrangères Canada et Commerce international Canada, tél. : (613) 944-2396, téléc. : (613) 944-7975, courriel : albert.galpin@international.gc.ca.

Australie : Designbuild, vitrine sur le monde

Sydney, Australie — du 5 au 8 juin 2005 — L'organisme Canadian Export Development (CED), en collaboration avec le bureau commercial du consulat du Canada à Auckland, en Nouvelle-Zélande, invite les exportateurs canadiens à participer à **Designbuild 2005**, une exposition internationale que l'Australie consacre au secteur de la construction et du design. Il s'agit de la foire commerciale la plus importante et la mieux connue dans le milieu de la construction en Australasie.

Participer à Designbuild est une excellente occasion de trouver des acheteurs et de nouer des relations commerciales avec des partenaires australiens et asiatiques, ainsi qu'avec des firmes britanniques et européennes.

Les entreprises canadiennes sont invitées à exposer leurs produits et à faire valoir leurs services dans le pavillon du Canada. Le bureau commercial organisera un programme commercial qui proposera des services préliminaires, par exemple la recherche de partenaires, la communication d'informations sur le marché et de renseignements à l'intention des visiteurs, ainsi que de listes personnalisées des contacts les plus intéressants.

Le bureau commercial préviendra les gens d'affaires australiens et néo-zélandais de la participation d'exportateurs canadiens à Designbuild et organisera, avant la tenue de cette manifestation, des réunions en tête à tête avec des gens d'affaires influents.

Débouchés

Les exportateurs canadiens à même de fournir des produits et des matériaux de première qualité et technologiquement novateurs se démarqueront plus aisément. Isolants, matériaux de construction écoénergétiques et écologiques, matériaux de construction à base de bois et articles de rénovation résidentielle pour bricoleurs sont au nombre des produits recherchés. Étant donné les similarités entre le Canada et l'Australie sur le plan de la culture, de la langue et des pratiques commerciales, ce pays est un endroit idéal pour les exportateurs canadiens qui souhaitent augmenter leurs ventes dans la région de l'Asie-Pacifique. On trouvera des rapports détaillés sur le secteur de la construction australien à l'adresse suivante : www.infoexport.gc.ca.

Notez que le nombre d'exposants à Designbuild est limité et que les premiers arrivés seront les premiers servis. **Pour de plus amples renseignements**, prière de communiquer avec Robert Grison, CED, tél. : (613) 825-9916, télécopieur : (613) 825-7108, courriel : cced@sympatico.ca, site Web : www.designbuildexpo.com.au.

Alimentation : Dubaï au cœur des marchés en éclosion

Dubaï, É.A.U. — du 20 au 23 février 2005 — Agriculture et Agroalimentaire Canada ainsi que le Consulat du Canada à Dubaï sont à organiser la présence canadienne à la foire **Gulfood**, le plus important rendez-vous de l'industrie de l'alimentation et de l'accueil au Moyen-Orient.

Le pavillon du Canada regroupera 26 stands d'exposition, un stand d'information et un espace réservé aux démonstrations culinaires. Il s'agit d'une tribune idéale pour promouvoir les produits canadiens sur un marché du Moyen-Orient en plein essor. En fait, cette foire se veut aussi le seuil des marchés de l'Inde, de l'Afrique et de l'Asie orientale.

La Gulfood, qui a lieu tous les deux ans, est la foire alimentaire la plus importante, la plus courue et celle qui connaît la croissance la plus rapide dans tout le Moyen-Orient. En 2003, cette foire alimentaire a attiré quelque 1 300 exposants de 44 pays et 12 000 acheteurs. Parmi les visiteurs, il y avait des importateurs, des distributeurs, des détaillants, des représentants de l'industrie de l'hôtellerie et de la restauration, des fabricants et des représentants d'organismes gouvernementaux.

Pour de plus amples renseignements, rendez-vous à l'adresse www.ats.agr.ca/gulfood.

Le Japon, hôte d'une exposition universelle

Nagoya, Japon — du 25 mars au 25 septembre 2005 — L'**Exposition universelle de 2005** permet aux pays du monde entier de faire valoir ce qu'ils ont de mieux à offrir sur le plan de la culture, de l'ingéniosité et de l'innovation.

Au pavillon du Canada, les exportateurs pourront mettre leurs entreprises en valeur dans un cadre attirant et prestigieux. Patrimoine canadien et Commerce international Canada font le nécessaire pour que les entreprises et les organismes canadiens jouissent de belles possibilités commerciales durant cette manifestation internationale.

Le pavillon du Canada comprendra une salle de réception qui pourra accueillir jusqu'à 125 invités, ainsi qu'une salle de réunion équipée du matériel de projection le plus moderne et de toutes les installations nécessaires pour tenir des conférences téléphoniques et des vidéoconférences. Les entreprises canadiennes souhaitant profiter de cette manifestation prestigieuse pour courtiser leurs relations locales ou leurs clients potentiels dans un décor superbe pourront utiliser ces installations et ces services à prix coûtant.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec Charles Gardner, agent chargé du commerce et des partenariats, pavillon du Canada à Expo 2005, courriel : charles.gardner@international.gc.ca, site Web : www.expo2005canada.gc.ca.

Calendrier des foires commerciales agroalimentaires

FOIRES COMMERCIALES AGROALIMENTAIRES

Nuremberg, Allemagne — du 24 au 27 février 2005 — Le salon **BioFach 2005** est le lieu tout indiqué pour faire connaître ses produits biologiques au monde entier. L'an dernier, quelque 1 900 exposants ont eu l'occasion de rencontrer 29 500 visiteurs professionnels à cette exposition d'importance mondiale. **Pour plus de renseignements**, visitez le site www.biofach.de.

Tokyo, Japon — du 8 au 11 mars 2005 — **FOODEX JAPAN 2005** est la troisième foire internationale des aliments et des boissons du monde. Cette exposition qui présente des produits alimentaires de plus de 75 pays et qui accueille plus de 90 000 visiteurs de l'industrie chaque année est pour les producteurs et acheteurs de tous les pays l'occasion de se rencontrer et de conclure des affaires. **Pour plus de renseignements**, visitez le site www.jma.or.jp/FOODEX.

Boston, États-Unis — du 13 au 15 mars 2005 — Depuis vingt ans, l'**International Boston Seafood Show** (IBSS) attire à Boston des milliers d'acheteurs clés qui se livrent à un exercice intensif d'achat et de vente. Plus de 750 entreprises comptent sur l'IBSS pour approvisionner les acheteurs de l'Amérique du Nord, de l'Amérique latine et de l'Europe qui sont difficiles à joindre — des restaurants locaux aux grands établissements, en passant par les exploitants de franchises internationales. **Pour plus de renseignements**, consultez le site www.bostonseafood.com.

Anaheim, États-Unis — du 17 au 20 mars 2005 — L'an dernier, plus de 2 500 exposants et 36 000 visiteurs de 86 pays se sont retrouvés à l'exposition **Natural Products Expo West** qui met en vedette les nouveautés en fait de produits alimentaires, de boissons, de compléments alimentaires et de produits d'hygiène personnelle. Plus de 13 000 détaillants et acheteurs ont assisté à ce salon professionnel. **Pour plus de renseignements**, consultez le site www.expowest.com.

San Juan, Porto Rico — les 9 et 10 avril 2005 — **Expo Alimentos 2005** est le plus grand salon professionnel de l'alimentation de l'Amérique latine et des Caraïbes. L'an dernier, le salon a attiré plus de 6 000 acheteurs de la région. Évaluée à 5,6 milliards de dollars, l'industrie de l'alimentation de Porto Rico constitue une excellente rampe de lancement vers les marchés internationaux. **Pour plus de renseignements**, consultez le site www.expo-alimentos.com.

Montréal — du 13 au 15 avril 2005 — Le salon international de l'alimentation **SIAL Montréal 2005** a attiré l'an dernier quelque 800 exposants de 40 pays et plus de 13 000 visiteurs de 77 pays. Ce salon donne aux producteurs et acheteurs accès aux marchés internationaux des produits alimentaires, vins, boissons et spiritueux. À SIAL Montréal, on découvre l'origine de tous les accords commerciaux conclus dans le secteur alimentaire nord-américain. **Pour plus de renseignements**, visitez le site www.sialmontreal.com.

Bruxelles, Belgique — du 26 au 28 avril 2005 — Le salon **European Seafood Exposition** est celui qui rassemble le plus d'acheteurs et de vendeurs de poissons et de fruits de mer de toute l'Europe et du monde entier. Le millier d'exposants de plus de 65 pays y offrent aux professionnels du secteur un point d'accès à guichet unique pour les détaillants, les services alimentaires et les grossistes du monde entier. **Pour plus de renseignements**, visitez le site www.euroseafood.com.

New York, États-Unis — du 10 au 12 juillet 2005 — Le **Summer International Fancy Food & Confection Show** est l'une des expositions annuelles les plus importantes de produits alimentaires fins et de spécialité. Le salon attire des hauts représentants de chacun des segments des industries du détail et des services alimentaires — détaillants, restaurateurs, courtiers, grossistes, importateurs et autres distributeurs de produits alimentaires fins, ethniques et de spécialité. **Pour plus de renseignements**, visitez le site www.fancyfoodshows.com.

Cologne, Allemagne — du 8 au 12 octobre 2005 — **Anuga** est considérée comme la plus importante vitrine de l'industrie des aliments et des boissons du monde entier. Les décideurs les plus influents du monde s'y rencontrent pour faire des affaires. **Pour plus de renseignements**, visitez le site www.anuga.com.

Service des renseignements Le Service des renseignements de Commerce international Canada et d'Affaires étrangères Canada offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications et des services d'orientation. Les renseignements de nature commerciale peuvent être obtenus par téléphone au **1 800 267-8376** (région d'Ottawa : **(613) 944-4000**), par télécopieur au **(613) 996-9709** ou par Internet (**www.international.gc.ca**).

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Convention de la poste-publication
nº 40064047